

## Highlights von LeasPro® Sales

### Definition

Das Modul Sales bietet die Möglichkeit an, anspruchsvolle Kalkulationen zu erstellen und das Angebotsmodul im Innendienst ausgiebig zu nutzen. Daneben findet hier die komplette Kreditprüfung der Anträge statt. Angefangen von der online-Einholung der Auskünfte bis hin zu einem spezifischen Rating mit Anfragen an Refibanken werden hier alle Arbeitsabläufe der Kreditabteilung schnell und effizient unterstützt.

Die Auswertungen aus diesem Bereich runden das Profil dieses Moduls ab, da erst durch die Zusammenhänge der Einzelteile eine bedarfsgerechte Kreditanalyse betrieben werden kann. Kerngröße ist die „decision line“ – die Linie, bei der betriebswirtschaftlich das Optimum an Zusagen und Ablehnungen zu ermitteln ist.

### Sales-Kalkulation für Innendienstmitarbeiter

In Erweiterung zu den Möglichkeiten der Kalkulation und Angebotserstellung im POS-Modul können mit der Sales-Kalkulation erweiterte Berechnungen mit mehr Berechtigungen und Einflussmaßnahmen erstellt und verwaltet werden. Hier ist das Berechnen von nicht linearen Zahlplänen, Sondermodellen und Sonderkonditionen im Tagesgeschäft möglich. Die Informationen aus dem Vertragswesen können abgerufen und bei der Berechnung berücksichtigt werden. Eine Weiterverarbeitung von POS-Angeboten und POS-Anträgen ist direkt möglich.

### Rating der Kreditnehmer in der Antragsphase

In diesem Modul erfolgt das Rating für Kreditnehmer aufgrund des selbst konfigurierbaren Fragenkataloges. Durch die vollständige Integration werden bereits erfassten Daten automatisch einem Scoring unterworfen und bilden damit die Grundlage für weitere Prüfungen. Mit den Rechenwerken der Bilanzanalyse und der Haushaltsrechnung werden die quantitativen "hard facts" beurteilt. Mit einem ausgiebigen Fragenkatalog werden die "soft facts" berechnet. Für den Kreditnehmer und das Objektengagement können unterschiedliche Scoringwerte berechnet werden, die zu einer unterschiedlichen Risikobetrachtung führen. Alle Berechnungen finden nach normierten und qualifizierten Methoden statt. Die Berechnungen erfolgen in einem reversionssicheren Verfahren. Als Ergebnis werden Ratingklassen gebildet und Ausfallwahrscheinlichkeiten berechnet.

### Sales Antragsverwaltung

Die Workflow gestützte Antragsbearbeitung verwaltet fehlenden Unterlagen, fordert diese an und ergänzt die Informationen des Kreditnehmers oder Objektes/Vertrag, damit es zu einem Kreditvotum kommen kann. Soweit möglich findet die Beschaffung "online" über das Modul Credit Check statt. Die Antragsverwaltung dient als Bindeglied zwischen Angebots- und Vertragswesen und ermöglicht eine vollständige Transparenz der Geschäftsprozesse. Die Entscheidungsfindung findet nach dem 4-Augenprinzip und den MAK-Auflagen statt. Bereits in dieser Phase der Antragsverwaltung werden Anfragen an die refinanzierenden Banken (auch online) gerichtet.

## **Credit Check**

Bereits bei der Kalkulation kann die Kreditwürdigkeit des Kreditnehmers "online" abgefragt werden. Aus den hinterlegten Informationen externer Auskunfteien wird ein eigener Bonitätsscore gebildet, der unterschiedliche Kalkulationseinstellungen verursacht. Daneben findet ein Abgleich mit Negativ- oder Positivlisten statt, die Adressqualität wird geprüft und ggf. korrigiert. Werden umfangreiche Auskünfte eingeholt, werden diese gleich im Dokumentenarchiv gespeichert und können bei der Antragsprüfung verwendet werden. Auch während der Antragsprüfung können weitere Auskünfte online abgefragt werden. Alle externen Informationen werden im System - sofern kein Datenschutz vorliegt - eingelesen und dienen der Erweiterung der Informationsbasis

## **CRM Informationsmanagement**

Mit diesem Modul erschließt sich eine umfangreiche Datenbasis für die ständige Kundenpflege und stärkere Kundenbindung. Zu jedem Partner können umfangreiche Informationen erfasst und gespeichert werden. Jeder Kontakt wird protokolliert. Informationen, die bei wenigen Personen liegen, werden dem gesamten Unternehmen zugänglich gemacht. Der Kunde wird mit seinem speziellen Profil gespeichert, so dass Vertrieb und Verwaltung das Stammkundenpotential zielorientiert ausbauen können. Das Verhältnis der Kosten für die Neukundengewinnung und der Bestandserhaltung liegt bei 5:1. Ein gezieltes Marketing und eine Ausrichtung der Strategie basiert dank der CRM-Daten auf den harten und tatsächlichen Fakten des Bestandes.